

O lado 'hard' da cultura 'cool': as torcidas e a violência no futebol	Título
Cajueiro Santos, Tarcyanie - Autor/a	Autor(es)
Futbologias: Fútbol, identidad y violencia en America Latina	En:
Buenos Aires	Lugar
CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales	Editorial/Editor
2003	Fecha
En: Futbologias: Fútbol, identidad y violencia en America Latina. Buenos Aires : CLACSO, 2003. ISBN: 950-9231-86-X	Colección
Barrabravas; Torcidas Organizadas; Fútbol; Cultura; Identidad Cultural; Deportes; Violencia; Relaciones Sociales;	Temas
Capítulo de Libro	Tipo de documento
http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100920124946/5PI-CSantos.pdf	URL
Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.0 Genérica http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es	Licencia

Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO
<http://biblioteca.clacso.edu.ar>

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)
Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)
www.clacso.edu.ar



Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano de Ciências Sociais
Latin American Council of Social Sciences



O lado 'hard' da cultura 'cool': as torcidas e a violência no futebol

Tarcyane Cajueiro Santos*

O futebol, enquanto um dos mais importantes fenômenos coletivos, apresenta-se como o palco não apenas de comunhão e cartase, como também, de violência entre os torcedores.

A violência que vem irrompendo no meio esportivo não pode ser explicada apenas por um fator, muito menos como algo ocasionado por uma relação do tipo causa-efeito. Por isso, as explicações, presentes nos media, de que essa violência derivaria de um irracionalismo das massas ou de atos premeditados de gangues juvenis disfarçadas sob o rótulo de torcidas organizadas, deixam muito a desejar.

Tampouco, podemos dizer que estes fenômenos se referem à esfera pública sem a pensarmos como “lugar e não-lugar”¹ dos meios de comunicação. Nesse sentido, o espaço público pode ser pensado como *locus* que existe por e pelos media, na medida em que a maior parte das informações que ocorre nele chega a nós indiretamente através das tecnologias de comunicação.

A violência entre torcedores, como não poderia deixar de ser, se interrelaciona com os media. Afinal, a sua constante visibilidade na sociedade do consumo, das tecnologias comunicacionais e informacionais não é um aspecto a ser menosprezado. Se lermos a violência transversalmente, podemos vê-la como ato social e um dos vetores estruturantes de união e ação grupal entre os

* Doutoranda em Ciências/Jornalismo, ECA-USP.

torcedores e não simplesmente como algo irracional ou uma reação anômica de massa, conforme pensam alguns.

Pablo Alabarces (1999) aponta a insuficiente análise de coberturas jornalísticas na Argentina a respeito da violência entre os torcedores. Por um lado, essas coberturas falam da violência através das metáforas biológicas, como se os torcedores fossem seres inadaptados, animalizados; por outro, usam metáforas bélicas, chamando-os de criminosos. Segundo o autor, esses dois discursos dos media são paradoxais, posto que se a animalização e biologização expulsam estes comportamentos do campo racional, sua qualificação como uma conduta criminosa e bélica supõe uma racionalidade.

Este “mecanismo narrativo e estereotipador” (ibidem) presente nos media argentinos também ocorre no meio jornalístico brasileiro, principalmente no que diz respeito às torcidas organizadas, consideradas por muitos apenas “massa de manobra imbecil das jogadas políticas internas financiados pela própria cartolagem” (Juca Kfoury, 1995).

A fim de desmistificar a discussão entre torcedores e a violência no futebol, busco neste artigo um olhar menos rotulador e determinista acerca do fenômeno em questão. O futebol, enquanto fenômeno sociocultural e “arena simbólica privilegiada” (Alabarces, 1999) de onde podemos interpretar as características das sociedades globalizadas e cada vez mais virtualizadas², revela uma nova configuração do espaço público, que “apresenta uma rearticulação dos indivíduos, atomizados em torno de sociabilidades mais localizadas e que paradoxalmente se liga ao todo social” (Santos, 1998: 12).

Entre outras palavras, isto significa que o movimento de globalização da economia e de mundialização da cultura arrasta dialeticamente consigo a fragmentação da sociedade de massas em múltiplos grupos, ou no dizer de Michel Maffesoli (1987) “tribos urbanas”, que se regem pela afetividade entre os pares, ligando-se a um totem comum, que no caso dos torcedores organizados são seus times e suas próprias torcidas como entidades autônomas. Isso porque essas tribos ou agrupamentos, a fim de se diferenciarem do restante da sociedade, criam identidades geralmente relacionadas aos produtos da indústria cultural, como times de futebol, grupos de rock, etc. De acordo com Rocha (1997: 64), “são formas de agrupamentos coletivos, que englobam grande contingente de jovens, com uma presença direta e indireta na cena pública mediática, reunidos em função de um momento de lazer, por meio de uma adesão espontânea”.

Diante da falência dos metarrelatos (Lyotard, 1979), sobretudo entre os jovens, esses agrupamentos se relacionam com o processo de despolitização iniciado com a geração pós-década de 60, indo, só para citar alguns, em direção aos funks, carecas, skinheads e às próprias torcidas, que apesar de diferentes, apresentam semelhanças entre si; tais como: a construção de uma ética própria, o

lazer como constituinte de sua prática, a ausência de projetos políticos-partidários e a tentativa de se tornarem diferentes da sociedade.

Pressuponho que a tribalização da sociedade e da juventude, “formando novos eixos estruturantes de sociabilidade, está associada à crise urbana, às tentativas de criar novas identidades, à violência e ao desejo de viver o presente, em suma, a um *espírito do tempo* como advogam alguns autores” (Santos, 1998: 13). Além disso, considero que as torcidas organizadas brasileiras e ao que parece as argentinas, estudadas por Alabarces (1999), aparecem como exemplos paradigmáticos de uma época cuja identidade parece ser o carro-chefe da organização das sociedades. Identidade acompanhada pelo processo de personalização analisado por Gilles Lipovetsky, em seu livro *A era do vazio*. De acordo com o autor, o processo de personalização é uma nova lógica que está remodelando a vida das pessoas e se transformando em um novo modo de controle social distinto da “ordem disciplinar-revolucionária-convencional que predominou até os anos 50” (Lipovetsky, 1988: 8).

O processo de personalização, como novo modo de organização e orientação social, assenta-se em uma lógica paradoxal, pois corresponde, por um lado, a instalação de uma sociedade operacional, com seu conjunto de dispositivos fluidos e desestandardizados, de tecnologias suaves de controle; e, por outro, um sistema “selvagem” ou “paralelo”, decorrente da vontade de autonomia e de particularização dos grupos e dos indivíduos, que buscam uma identidade própria.

Lipovetsky afirma que a identificação que vivenciamos na sociedades atuais decorre da sua atomização e do individualismo que lhe é correlato, gerando dois mecanismos diferentes e complementares: a indiferença ao outro e a sensibilidade à dor do outro. É como se a privatização da vida e o retraimento do indivíduo estimulassem a identificação com o outro, ao mesmo tempo que lhe tirasse uma substancialidade, esvaziando-o por ser um anônimo.

Ao mesmo tempo que o processo de personalização é um pacificador, suavizando o costume da maioria, ele estimula atos cruéis de violência devido à lógica paradoxal pela qual se rege. Nesse individualismo extremado, emerge uma desestabilização social que é suscitada pela solicitação das necessidades e pela frustração crônica, cujo resultado aparece sob a forma da violência ‘hard’.

A violência ‘hard’, derivada da indiferença pelo real e pelo vazio de sentido, em uma sociedade estimulada por modelos individualistas e hedonistas, convida seus pares a viver intensamente o presente, incitando uma criminalidade sem projetos, sem ambições, onde há desproporção entre riscos e ganhos, entre um fim insignificante e meios extremos. Até porque, ao procurar aumentar a responsabilidade dos indivíduos, o processo de personalização baseado na lógica ‘cool’ prossegue por outros caminhos o trabalho secular de exclusão e rejeição. As palavras de Lipovetsky são enfáticas neste ponto. Segundo o autor

“Por toda parte, o processo de personalização desmantela a personalidade: no jardim da fachada, temos a dispersão narcísica e pacífica; nas traseiras, a explosão energúmena e violenta. A sociedade hedonista produz sem dar por isso um composto explosivo quando se imbrica, como é aqui o caso, num universo de honra e de vingança. (...) A este título, a violência ‘hard’, desesperada, sem projeto, sem consistência, encarna a imagem de um tempo sem futuro que valoriza o ‘tudo é já’” (Lipovetsky, 1988: 193-195).

Retomando essas argumentações, podemos inseri-las e inclusive ampliá-las quando pensamos, por exemplo, nos atos de violência praticados entre torcedores, organizados ou não, além de outros grupos urbanos³. Há um imaginário estigmatizador, fonte da violência grupal, resultante da fragmentação da libido, do afeto e da intercomunicação. Desse modo, quando analisamos a violência no futebol devemos ter em mente que ela não ocorre por causa do jogo em si, nem apenas como causa de sua presença na sociedade.

A violência entre os torcedores de futebol, para além do individualismo exacerbado pelo processo de personalização descrito acima, também deve ser analisada a partir da falência dos metarrelatos e de um princípio integrador do social onde emerge um cruzamento de códigos intergrupais identificados pela ausência de relacionamento com aqueles que não fazem parte do grupo e através da construção de identificações com o próprio grupo.

Concordando com Alabarces (1999: 4), podemos dizer que os atos de violência assinalam a disputa pela identidade de um imaginário, tanto de um território simbólico, quanto de um território material. Disputa essa que se por um lado é marcada pela sociabilização e identidade grupal, por outro, mostra-se através da negação do outro, que é visto como inimigo e, não simplesmente, como o torcedor de um time adversário.

Nesse sentido, ainda que o “amor ao time” apareça como o principal motivo pelo qual as pessoas se tornam membros das torcidas organizadas⁴, muitos torcedores se percebem como tal não apenas pelo fato de torcerem por seus times, mas principalmente, por se sentirem adversários das torcidas de outros times. É como se um inimigo, um rival, fosse o fator discriminante de sua doação e afeto pelo time; de modo que, para muitos, o *status* e a importância de ser torcedor ocorre através desse mecanismo de diferenciação e sobretudo de negação do outro.

Nesse sentido, a identidade pode ser construída em função não apenas do pertencimento a um dado grupo, contudo, pela sua diferenciação exacerbada através da rivalidade, muitas vezes elencada por atos violentos e destrutivos. O depoimento de um torcedor associado à torcida organizada Força Jovem, do Vasco da Gama, é um exemplo elucidativo a esse respeito. Segundo ele, em uma entrevista ao jornal *Folha de São Paulo* (11 de novembro, 1994): “o que nos move mais é principalmente a torcida adversária”. Ou seja, é o *outro*, muitas vezes,

internalizado como inimigo, na medida que o contato entre torcedores de diferentes times, nos dias em que ocorrem os jogos, apresenta-se freqüentemente sob a forma de explosões orgiásticas e agressões gratuitas (Santos, 1998), do que pela troca de cumprimentos. Tanto é assim, que nos dias de jogos há, na cidade de São Paulo, uma demarcação preestabelecida do caminho pelo qual as torcidas devem percorrer ao estádio (muitas vezes escoltadas pela polícia militar), afim de não se encontrarem no caminho sob a pena de brigarem entre si, pois tanto a polícia quanto os próprios torcedores organizados tem consciência o que pode ocorrer quando duas torcidas rivais se encontram.

Tudo isso se acopla ao processo da mercantilização do futebol, que se transformou em um megaevento; dito de outra forma, um negócio multimilionário, capitalizado pelos media e patrocinado por grandes empresas, com um profícuo sistema de marketing⁵. Essa transformação repercute e modifica a relação tradicional entre os torcedores, os jogadores –agora garotos-propaganda– e os times.

No que diz respeito aos jogadores, eles deixam de permanecer muito tempo em um clube, ao contrário do que ocorria antigamente, onde em virtude de sua permanência se mesclavam com a própria história do time. Como é o caso, por exemplo, de Pelé do Santos Futebol Clube e de Ademir da Guia –o divino–, que viveu os tempos áureos da academia na Sociedade Esportiva Palmeiras, tendo inclusive uma estátua em sua homenagem. Também as camisas dos times e o espaço campal passaram por um processo mercadológico e asséptico, posto que o patrocínio e a constante exposição de publicidades se tornam imperativas.

Nesse sentido, ampliando ao futebol brasileiro análise que faz Alabarces (1999) sobre o futebol argentino, podemos dizer que as torcidas de uma maneira geral e organizadas, mais ainda, colocam-se como defensoras da identidade de seus times, tão abalados que estão pela constante venda de seus jogadores, pela comercialização e descaracterização de suas camisas e do seu próprio futebol, que visa menos o espetáculo do que o lucro da vitória, dos campeonatos milionários⁶.

É como se essas torcidas, “pobres em mais valia econômica mas ricas em mais valia simbólica” (Alabarces, 1999), reivindicassem para si os laços de uma identidade debilitada pelo processo de impessoalização ocasionado pelos patrocínios dos clubes, das camisas, e pela venda constante de seus jogadores, que por isso são considerados mercenários. Nas palavras do autor:

“La continuidad de los repertorios que garantizan la identidad de un equipo aparece depositada en los hinchas, los únicos fieles ‘a los colores’, frente a jugadores ‘traidores’, a dirigentes guiados por el interés económico personal, a empresarios televisivos ocupados en maximizar la ganancia, a periodista corruptos involucrados en negocios de transferencias. Las hinchadas desarrollan, en consecuencia, una autopercepción desmesurada, que agiganta sus obligaciones militantes: la asistencia al estadio no es

únicamente el cumplimiento de un rito semanal, sino un doble juego, pragmático y simbólico” (Alabarces, 1999: 6-7).

Duplo jogo que está ligado à inserção das torcidas no mundo mediático, pois a visibilidade proporcionada pelos media, principalmente, quando mostram os atos de violência por elas praticados, acabam os icitando. Nesse sentido, não poderia deixar de reinterar que a construção da identidade e a violência como um dos constituintes da sociabilidade dessas torcidas –ambiciosas em seu papel de porta-vozes dos clubes– passam sob o crivo dos meios de comunicação.

Estive durante dois anos imersa em uma pesquisa sobre o futebol e as torcidas organizadas. Através de observação participante e entrevistas, pude perceber que a busca de uma identidade, os atos de violência, assim como o próprio futebol estão intrinsecamente relacionados com os media. E isso de tal forma, que a vida para muitos torcedores só adquire sentido e se torna “real”, quando eles conseguem, finalmente, se ver na tevê.

Aparecer no jornal e na televisão, virar notícia (se boa ou má, não importa) significa para muitos torcedores organizados uma senha de acesso ao reconhecimento e ao estrelato. A importância desse fenômeno mediático entre os torcedores pode ser vista na entrevista que fiz com o ex-presidente da Gaviões da Fiel, Douglas Deúngaro, durante a minha pesquisa de mestrado. Segundo ele:

“Que a polícia é assim; é aquilo lá de Diadema, eles enfiam o coró no cara e soltam nas portas do fundo. Aí, saí no outro dia na capa do jornal. Chega no outro dia no bairro dele e no colégio, ele é o herói e arruma as meninas. Ele é exemplo para o outro cara entrar com uma outra bomba outro dia, no estádio, porque não foi punido. Pelo contrário, ele ficou famoso porque a sociedade hoje é assim: o cara é herói, as meninas querem ficar com ele, todas as meninas gostaram. Aí, o outro viu: ah, vou entrar com uma bomba, vou passar no jornal, ninguém vai me prender mesmo!”.

O desejo de fazer parte dessa superexposição mediática expresso nas palavras do ex-presidente e membro da torcida Gaviões da Fiel não é novidade para autores como Baudrillard e Enzensberger, que vêem a violência como um fenômeno de forças hostis derivada da indiferença e da ociosidade e não mais como um conflito ideológico como o de outrora.

Para Baudrillard (1990), o social morreu e em seu lugar surge a saturação comunicacional e informacional que nos torna indiferentes a tudo, inclusive ao pior. Desse modo, a violência transmuda-se em terror na medida em que, segundo ele, o bombardeamento mediático e suas sucessivas imagens reforçam a nossa má-vontade, repulsa e aversão, que nasce do ódio a nós mesmos e a outras pessoas, nos fazendo viver em uma espécie de vertigem e de solicitação da violência. Ao ponto de muitas vezes esperarmos vê-la pela televisão, ou até mesmo encena-la pessoalmente, tomando para nós o papel de artistas/protagonistas.

Artistas/criminosos, que segundo Enzensberger (1990), muitas vezes, não têm mais a sensação de serem eles mesmos os protagonistas e participantes da violência, vivendo uma espécie de abnegação patológica; isto é, um sentimento decorrente da perda de si e da indiferença ao outro, pois não se é mais afetado pelos acontecimentos, mas pelo desejo de se sentir vivo ao se ver nos meios de comunicação. Sobre isto, não posso deixar de citar o brilhantismo e a eloquência de Enzensberger quando diz que:

“Todo cidadão meio maluco pode alimentar a esperança de se ver estampado na primeira página do *New York Times* com uma garrafa de cerveja em uma das mãos, enquanto a outra está levantada para a saudação de Hitler. E nos noticiários de televisão ele pode maravilhar-se com sua obra do dia anterior: casas em chamas, cadáveres mutilados, audiências oficiais de emergência e reuniões de Estado para a discussão da crise. Assim atua a televisão: como uma pichação única e gigantesca, como uma prótese de compensação para a atrofia autística do eu” (1990: 49).

Absurdo transpor essas análises, em suas aparências fadadas ao solo europeu, principalmente quando nos deparamos com o discurso cordial do homem brasileiro? Ao que parece, não. Também parece que não cabe mais um discurso que considera a violência um ato irracional, movida pela emoção como se a violência ocasionada pela emoção fosse irracional, uma ação instintiva. Se “a violência provocada pela emoção pode ser racional e freqüentemente é” (Freire Costa, 1984: 28), cabe pensá-la como fazendo parte de outra lógica; “lógica da aceleração no vácuo”, diria Baudrillard (1990: 84). Até porque ela também constitui uma linguagem, e como tal reflete e recria os valores, a organização, em suma, a visão do mundo de uma sociedade.

Bibliografia

- Alabarces, Pablo 1999 “‘Aguante’ y represión: fútbol, política y violencia en la Argentina”, en Carvalho, Sérgio e Marli Hatje (orgs.) *Revista de Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física* (Santa Maria, RS: UFSM) Año 2, Vol 2.
- Alabarces, Pablo et al 2000 “‘Aguante’ y represión: fútbol, violencia y política en la Argentina”, en Alabarces, Pablo (org.) *Peligro de gol: estudios sobre deporte y sociedad en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).
- Augé, Marc 1992 *Não-Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade* (São Paulo: Papirus).
- Baudrillard, Jean 1978 *À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas* (São Paulo: Brasiliense).
- Baudrillard, Jean 1983 *As estratégias fatais* (Rio de Janeiro: Rocco).
- Baudrillard, Jean 1990 *A transparência do mal: ensaio sobre fenômenos extremos* (Campinas: Papirus).
- Castells, Manoel 1999 *A sociedade em rede* (São Paulo: Paz e Terra).
- Coletivo NTC 1996 *Pensar-pulsar. Cultura comunicacional, tecnologias, velocidade* (São Paulo: NTC).
- Enzensberger, Hans Magnus 1990 *Guerra civil* (São Paulo: Companhia das Letras).
- Freire Costa, Jurandir 1984 *Violência e Psicanálise* (Rio de Janeiro: Graal).
- Gil, Gilson 1994 “O drama do ‘futebol-arte’: o debate sobre a seleção nos anos 70”, in *Revista Brasileira de Ciência Sociais* (São Paulo) Ano 9, Nº 25, Junho.
- Kfoury, Juca 1995 *Folha de São Paulo* (São Paulo) 21 de agosto.
- Lyotard, Jean-François 1979 *O Pós-Moderno* (Rio de Janeiro: José Olímpio).
- Lipovetsky, Gilles 1988 *A era do vazio. Ensaio sobre o individualismo contemporâneo* (Lisboa: Relógio D’Água).
- Machado da Silva, Luiz Antônio 1994 “Violência e sociabilidade: tendências da atual conjuntura urbana no Brasil”, in Ribeiro, L. C. Q. e Santos Júnior, O. A. (orgs.) *Globalização, fragmentação e reforma urbana: o futuro das cidades brasileiras na crise* (Rio de Janeiro: Civilização Brasileira).
- Maffesoli, Michel 1987 *O tempo das tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa* (Rio de Janeiro: Forense-Universitária).

Ortiz, Renato 1988 *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural* (São Paulo: Brasiliense).

Ortiz, Renato 1994 *Mundialização e cultura* (São Paulo: Brasiliense).

Rocha, Rosamaria Luiza Melo 1997 *Estética da violência: por uma arqueologia dos vestígios* (Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo) Tese de Doutorado.

Santos, Tarcyanie Cajueiro 1998 “O fim do social: a emergência de micro-grupos na sociedade pós-moderna”, paper apresentado na *21ª Reunião Brasileira de Antropologia* (São Paulo).

Santos, Tarcyanie C. 1999 “Os primeiros passos do profissionalismo ao futebol como megaevento”, texto apresentado no *Congresso da Intercom* (Rio de Janeiro).

Notas

1 Marc Augé (1992), ao falar sobre o panorama da sociedade atual, defende a tese de que hoje se produz “não-lugares”, em detrimentos dos “lugares” antropológicos. Enquanto estes se definem, para Augé, como um espaço identitário, relacional e histórico, os “não-lugares”, fruto das tecnologias, seriam “espaços constituídos em relação a certos fins (transportes, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços” (1992: 87). Relação esta exclusivamente ligada à finalidade e à utilidade do espaço, de modo que se os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares fomentariam apenas a tensão solitária.

2 Vivemos cada vez mais em uma virtualidade real, pois o ambiente mediático por ela instaurado, com seu excesso de mensagens –voz, texto e audiovisuais– convergindo para o texto interativo, envolvem-nos no habitat do hipertexto eletrônico, que é distribuído através dos mais diversos meios, tais como: “tevê aberta, tevê a cabo, tevê via satélite, videocassetes, rádio, aparelhos portáteis, comunicação online, e toda a parafernália disponibilizada através da Internet, de sistemas computadorizados e interativos, em nossas casas, escritórios, veículos, etc.” (Castells, 1999: 32).

3 Penso aqui nos bailes funks e nos carecas do subúrbio, por exemplo.

4 Durante as entrevistas feitas no mestrado entre os torcedores organizados palmeirenses e corinthianos, eles me diziam que o principal motivo de pertencer a uma torcida organizada era o amor que sentiam pelo seu time. Depois apareciam outros fatores como é “melhor andar em turma para não apanhar sozinho” ou porque “eu via no estádio que a torcida organizada protegia seus membros, que eles são uma família”.

5 A esse respeito consultar Santos (1999).

6 Penso na substituição do “futebol arte” pelo “futebol força” de resultados. Sobre isso, consultar Gil (1994).